



# lipengsheng

## 自我介绍

- 有**B2B、O2O端电商、供应链、ERP**产品经验，且均为从0-100的产品经验；
- 擅长复杂数据分析、抽象业务的梳理，善于抓住用户心理，并转化成产品功能等；
- 善于总结学习，勇于探索新鲜事物。文字功底强，自媒体平台粉丝累计3W+；
- 熟练使用 AXURE、墨刀、VISIO、XMIND等产品设计工具。

## 工作经历

2021年7月-至今          南山集团-北京晟超科技有限公司          高级产品经理/项目经理

### 工作内容：

- 1、负责集团内部企业（用户）现有业务的流程梳理及需求痛点梳理，及产品对接的外部系统商务谈判工作；
- 2、负责产品的市场分析与调研、产品定位、商业模式探索、产品线的整体规划及产研团队的日常工作管理；
- 3、主导工业品商城、南山生活APP原型设计、产品需求文档撰写，内部企业方案讲解及模拟使用场景；
- 4、主导产品落地后试运行阶段给集团子公司使用该产品的部门全流程培训工作；
- 5、主导产品落地后内部企业/供应商使用反馈可用性负责，及时跟进企业/供应商新需求，不断优化产品；
- 6、负责行业动态及竞品跟踪，分析行业发展、发觉产品优化改进点，为内部企业/商家提更优方案。

2020年3月-2021年6月    北京分形科技有限公司          高级产品经理

### 工作内容：

- 1、参与整个票务业务中台的：甲方对接、用户需求分析、竞品分析、产品定位、产品设计；
- 2、负责与甲方各部门对接现有业务的流程、跟进产品从需求收集，票务业务中台的流程梳理；
- 3、负责票务业务中台产品原型设计及产品需求文档撰写，甲方及开发需求评审，跟进开发、测试的上线全流程；
- 4、主导产品落到后试运行阶段给甲方各部门的产品全流程培训工作；
- 5、负责产品落地后甲方使用反馈可用性负责，及时跟进甲方新需求，不断优化产品；
- 6、负责行业动态跟踪，分析行业发展、发觉产品优化改进点，为甲方提更优的方案。

2017年8月-2020年1月 环球恒通科（北京）技术有限公司

产品经理

### 工作内容：

- 1、负责用户调研：2年用户调研15+次，优化服务类目服务流程和服务范围，优化套餐的合理匹配性，优化优惠券的发放逻辑和使用逻辑。不断针对产品和用户体验问题提出解决方案，并通过系统、流程和服务项目等的优化升级推动用户体验和用户满意度的提升；
- 2、负责竞品调研：阶段性调研到位、58到家、好慷在家、管家帮、阿姨帮等产的信息架构、核心功能、时长数据、服务项目、营销推广功能等；
- 3、负责产品设计：负责品类管理模块、套餐模块、购物车、优惠券模块独立设计，主要包括品类模块改版、套餐模块创建功能、购物车优化功能、优惠券功能0-1的设计；
- 4、负责产品落地规划及执行，包括不限于按产品迭代计划定时输出产品操作手册、版本功能介绍、产品QA、各渠道下单流程、客户对接流程、产品上线流程；定期协调各部门参加培训，培训新上线功能；
- 5、用户侧、业务侧、市场侧产品需求收集、整理、跟进、推动落地，产品线推动优化、迭代、更新；
- 6、负责与公司各部门进行相关对接，紧密联系；推动业务产品落地。

### 项目经历

产品：南山控股B2B电商

2021年7月--至今

平台：PC网页端

**项目概况：**基于2020年疫情的爆发，南山集团各单位看到工业互联网发展的趋势，基于销售与采购在日常运作场景中越发的频繁，南山集团决定要数字化转型。初期产品仅供内部集团使用，当产品满足内部需求时，把产品推向市场。

**任务：**主导南山控股B2B电商商城产品规划、需求调研、业务分析、流程梳理优化、产品设计、产品开发、产品测试、产品培训、产品上线迭代。

**行动：**对南山集团各单位进行现场调研，将主要的采购/销售流程进行分析，对竞品调研包含但不限于产品定位、用户群体、商业模式。通过调研确定产品的核心业务与功能：寻源比价、合同管理、在线交易、订单履约、物流配送、企业价等。并进行了产品的人员架构规划、成本核算、产品功能优先级排期、产品路线图规划。快速推动1.0版本上线。

**结果：**完成南山控股B2B电商商城1.0的产品设计，并落地开发现在项目在各单位试运行。

## 产品：B2B电商商城+供应链

2022年9月--至今

平台：PC网页端

**项目概况：**各单位存在寻求资源能力不足、采购专性层次不齐、采购成本高和供应商配合度差；同时各单位及各部门间信息不能及时共享，形成了数据孤岛；单位规模层次不齐，单独采购，议价能力较弱；采购审批由各单位独立进行，相关数据分布在各自的系统上，集团无法对各单位/部门审批活动进行集中统一管理；同样存在采购不阳光的问题。南山集团将通过B2B电商商城平台，集成上下游间的纵向产业链和企业间互融互通的横向供应链，打造“互联网商城+供应链”的工业品电商运营新模式。

**任务：**规划符合南山集团各单位业务需求的供应链产品，主导需求调研、业务分析、流程梳理优化、产品设计、产品开发、产品测试、产品培训、产品上线迭代。

**行动：**对南山集团各单位进行现场调研，通过对各单位需求和业务流程进行汇总、分类、分析，基于目前的单位的需求首先确定了供应链的战略模型，然后确定产品的核心业务与功能：基础数据管理系统、采购管理系统、中央库存系统、仓储管理系统、订单履约系统、供应商管理系统、CRM系统、售后系统、权限系统（多机构）。

**结果：**完成南山控股B2B电商商城+供应链1.0的产品设计，目前在内部测试阶段。

## 产品：南山生活APP

2022年5月--至今

平台：APP（Android、ios）、WEB端、H5

**项目概况：**南山生活是服务本地化的数字生活平台，聚焦新零售、新服务、全客群，南山集团围绕线上线下一融合发展的双平台策路，为用户提供全新本地活数字化平台：南山生活，为更多当地居民和集团员工用户提供覆盖新零售电商、餐饮、酒店、景区、娱乐、教育、地产、医疗、生活缴费等全方位的消费新体验。

**任务：**负责南山生活多业态产品规划（新零售、餐饮、酒店、景区、娱乐、教育、地产、医疗、生活缴费）及实施落地工作。

**行动：**向南山集团各子公司相关部门现场调研，通过对各部门需求及现状的调研研究分析确定了各业态产品核心的产品功能。主要实现的功能有新零售、酒店预定、景区门票预定、餐饮（外卖、自提、堂食）、生活缴费（暖气、燃气、水电），同时搭建了员工福利体系、积分商城、运营营销中台，对接了民生银行的聚合支付产品、网易七鱼客服系统、快递100、京东采购供应链VOP。

**结果：**从0到1研发出了本地化的数字生活平台，产品场景覆盖了本地居民及集团员工生活服务核心功能，产品发布与培训会集团领导和员工的好评，目前已有39家供应商入驻了平台，用户10万+；预计年交易额1亿GMV。

## 产品：国家大剧院票务系统

2020年3月--2021年6月

平台：PC网页端、H5

**项目概况：**国家大剧院为达成运营目标，需要票务一体化管理及售票流程的解决方案，通过完善的票务系统来支持票务管理、发布、销售、结算、数据分析、会员服务核心功能的软硬件集成方案。以此来提高运营效率、降低成本同时要打通会员系统有效积累及维系，从而推动表演空间整体品牌效应及经营

水平。

**任务：**参与项目招标，及招标后的客户对接、需求调研、业务分析、产品规划、产品设计、产品开发跟进等工作。

**行动：**向国家大剧院相关部门现场调研，通过对各部门需求及现状的调研研究分析确定了核心的产品功能。主要实现票务系统的功能有：To C 包括电商售票、窗口售票、电话客户售票功能；To B 包括票务分销、演出合作的售票、大客户售票等功能；内部运营包括项目和演出的维护、营销策略管理、检票和财务报表功能等。

**结果：**在项目计划期内完成了国家大剧院票务系统的需求调研、产品设计、并落地开发，项目已交付。

**产品：大众工匠家政O2O**

2017年8月--2020年1月

**平台：**APP (Android、ios) 、WEB端、H5

**项目概况：**大众工匠是一站式家庭生活服务品牌，专注于新中产家庭高品质生活服务，总部设在北京。大众工匠品牌产品包括家政服务、家电清洗、保姆服务、环境治理、软装清洗、企业保洁。发展方向以家庭生活服务、蓝领职业培训和技术平台为主。

**任务：**负责大众工匠平台的APP用户端及运营WEB端的产品优化、新增工作。

**行动：**负责用户调研、竞品调研、产品迭代规划、数据分析工作。

**结果：**2年用户调研15+次，阶段性竞品调研，负责用户端改版2次，后台商品管理模块优化迭代3次，订单模块优化迭代2次，财务结算模块优化迭代2次，新增了营销模块、数据模块的功能、会员管理模块，外部渠道对接8家。2019年，大众工匠全年交易额较2018年增长超过10倍，用户复购率达50%以上，已有千余名完成标准化培训的工匠入驻，服务家庭数超过20万个。

**教育经历：**

2021年9月-2023年6月：燕京理工学院 工商管理

2014年6月-2017年6月：河北工业职业技术学院 营销策划专业

**兴趣爱好：**

研究新鲜事物、每月至少看1本书、写作（3w+忠实粉丝）、跑步、骑行